

Lo shopping ai tempi della crisi aguzza l'ingegno: ecco gli "Smart Shopper"

Showroomprive.it svela come risparmiare tempo e soldi nei momenti difficili senza rinunciare ai propri sogni di moda

Milano, 15 Ottobre 2011 – La crisi ha bussato alla porta di tutti gli italiani e con l'aumento dell'IVA dell'1% diventa sempre più difficile concedersi piacevoli acquisti senza rischiare di vedere il proprio conto andare in rosso. Ma come reagiscono gli italiani? Approfittando della presenza in Italia di alcuni player online, che grazie al loro modello economico permettono di acquistare prodotti di grandi marche e servizi a prezzi incontestabilmente più accessibili rispetto al canale tradizionale.

Si tratta per esempio degli attori online delle vendite private, o di acquisti collettivi che ormai in Italia hanno creato un nuovo modo di fare shopping: comodo, sicuro ma soprattutto più conveniente che mai.

Showroomprive.it, una delle realtà più importanti nel mercato delle vendite private online e seconda realtà in Europa per volume di vendite, svela così come diventare l'ideale "smart shopper" in grado di sconfiggere la crisi risparmiando tempo e soldi senza rinunciare a vestirsi alla moda e con eleganza.

Quando l'offerta ha l'oro in bocca: il momento giusto per acquistare

L'appuntamento è alla mattina presto, quando i cancelli sono ancora chiusi. Si attende pazientemente l'orario di apertura, e poi via, tutti dentro a fare shopping. Chi prima arriva, prima compra. Un po' come durante il Black Friday negli Stati Uniti, con l'unica differenza che tutto questo avviene nel mondo virtuale di Internet. Acquistando i capi e gli oggetti che più interessano nel momento giusto e nel periodo in cui sono in offerta, è possibile risparmiare fino al 70% del prezzo originale. Vestirsi per un colloquio di lavoro o per un'occasione speciale diventerà così più semplice e rapido.

Shopping a tutte le ore, comodamente dal proprio divano

Chi non ricorda scene di film in cui si vedono donne o uomini uscire dai negozi carichi di pacchetti? O le lunghe code di fronte ai negozi più alla moda e di grandi firme per accaparrarsi i vestiti più belli? In una realtà sempre più frenetica e dove il lavoro lascia davvero poco spazio al tempo libero, poter scegliere liberamente il momento da dedicare allo shopping diventa sempre più essenziale. Gli appassionati di moda o semplicemente gli amanti del buon vestire, ma attenti alla spesa, fanno i propri acquisti su Internet in qualunque momento della giornata, e da qualunque luogo, senza doversi preoccupare di orari di chiusura o di lunghi tragitti per raggiungere la meta dei propri desideri.

Un tempo per decidere e un tempo per restituire

Se il prezzo ha la sua importanza, anche la possibilità di provare il capo ed eventualmente di restituirlo ha il suo valore. Cio' che rasserena i consumatori italiani è sicuramente la possibilità di restituire l'oggetto in questione. Ecco quindi che chi acquista online, durante la crisi si prende il suo tempo per provare, decidere e cogliere la migliore



opportunità del momento, sfruttando appieno il diritto di reso che i siti di shopping online garantiscono, dimenticando commesse troppo frettolose o eccessivamente insistenti e i prezzi spesso troppo cari dei negozi o centri commerciali.

A proposito di Showroomprive

Lanciato nel 2006, Showroomprive è una delle realtà più importanti nel mercato delle vendite private online.

Il sito organizza per i suoi membri vendite esclusive sui prodotti di grandi marche (prêt-à-porter, cosmetici, viaggi, decorazioni, etc), offrendo forti sconti (in media il 70% di sconto). Ad agosto 2010, il fondo d'investimento Accel Partners, primo nel settore di Internet e delle nuove tecnologie, ottiene una quota di minoranza nel capitale di Showroomprive.

La società ha registrato nel 2010 un fatturato di 130 milioni di euro e conta oggi 300 collaboratori. Con più di 2.300.000 ordini nel 2010 e circa 1.200 vendite al pubblico ogni anno, Showroomprive è diventato un attore fondamentale nel mercato delle vendite private e rappresenta l'unione perfetta delle competenze nel settore dell'e-commerce e in quello dello destoccaggio.

<http://www.showroomprive.it/accueil.aspx>

Per ulteriori informazioni:

Showroomprive

Virginia Hernandez - +34 91 524 74 73 virginia.hernandez@showroomprive.com